



## 2. Hausarbeit (Ausgabe: 20.5.2008) „forever young...“

Bernd Darnell (B) vertreibt die Anti-Aging-Gesichtscreme „Apanatschi“ im Direktmarketing auf so genannten Beautypartys. Dabei bietet B die Gesichtscreme den in der Wohnung einer Gastgeberin auf deren Einladung erschienenen Gästen an. Die von B vertriebenen Produkte liegen vom Preisniveau her deutlich über dem Preisniveau des Fachhandels. Der Hersteller der Creme bewirbt diese bundesweit in Rundfunk und Fernsehen mit dem Slogan: „Reduziert vorhandene Gesichtsfalten sichtbar in zwei Wochen!“

Auf einer Beautyparty am 7. Juni 2007 unterzeichnet der alternde, um seine jugendliche Erscheinung besorgte Partykönig Michel d'Amère (A) einen Kaufvertrag über die Lieferung einer Jahrespackung (12 Monatsdosen) zu einem Gesamtpreis von 3.600,- Euro. In dem Kaufvertragsformular wird ordnungsgemäß auf die Widerrufsmöglichkeit hingewiesen. Vereinbart wird eine sofortige Anzahlung von 300,- Euro, der Restkaufpreis soll bis Ende November 2007 gezahlt werden. Die Jahrespackung übergibt B dem A sofort.

Am 7. Juli 2007 verkauft B sämtliche Ansprüche aus dem Vertragsverhältnis mit A an die Factoring-Firma Moskau-GmbH (M-GmbH). Zugleich tritt B der M-GmbH die Ansprüche auch ab.

Mit Schreiben vom 3. November 2007 teilt A dem B mit, dass er über die Abtretung informiert worden sei, aber den Kaufvertrag nicht erfüllen könne, weil er mit der Gesichtscreme nicht zufrieden sei. Eine Faltenreduktion sei auch nach vierwöchiger bestimmungsgemäßer Anwendung unter Verbrauch einer kompletten Dose nicht eingetreten. Er fühle sich deshalb nicht länger an den Kauf gebunden. Er storniere den Vertrag, die restlichen 11 Cremedosen wolle er gerne loswerden. B wendet dagegen ein, dass er auf der Beautyparty von keinerlei Faltenreduktion geredet habe. Anti-Aging bedeute lediglich eine Verzögerung des Alterungsprozesses der Haut, nicht aber eine Hautverjüngung oder Faltenreduktion. Womit der Hersteller werbe, sei ihm egal, denn er kenne die Werbung nicht, weil er bei Werbung immer umschalte.

Die Vermutung des A, dass die Creme überhaupt keine Faltenreduktion bewirken könne, wird nachträglich durch eine Untersuchung der Stiftung Warentest bestätigt. Nach deren Ergebnissen ist die Creme zwar durchaus ein Anti-Aging-Produkt, das den Alterungsprozess der Haut verlangsamt, doch führt sie keineswegs zu einer Reduzierung bereits vorhandener Gesichtsfalten.

Die M-GmbH fordert A auf, an sie 3.300,- Euro zu zahlen. Dem B teilt sie mit, falls sie das Geld nicht von A bekommen könne, werde sie sich an ihn halten. A ist nicht bereit, den Kaufpreis zu zahlen. Dass eine Dose nicht zurückgegeben werden könne, sei nicht seine Schuld. Außerdem will er seine Anzahlung zurück.

### **Bearbeitervermerk**

Wie ist die Rechtslage?

Alle im Sachverhalt aufgeworfenen Rechtsfragen sind anzusprechen und gegebenenfalls in einem Hilfsutachten zu erörtern. Die tatsächlichen Angaben der Beteiligten sind als wahr zu unterstellen.

Der Umfang der Hausarbeit darf 20 einseitig beschriebene Seiten nicht überschreiten (Zeilenabstand 1,5, Korrekturrand mind. 5 cm rechts). Die Abgabe hat bis **spätestens 24.6.2008**, bei der **Bibliotheksaufsicht des Instituts für Internationales Recht, Veterinärstr. 5, 1. Stock (Öffnungszeiten 10 – 18 Uhr)** zu erfolgen. Bei Übersendung der Arbeit durch die Post an Prof. Dr. Stephan Lorenz, Institut für Internationales Recht, Rechtsvergleichung, Veterinärstr. 5, 80539 München, gilt der **Poststempel des 21.6.2008**.

Hinsichtlich der Formalia einer juristischen Hausarbeit wird auf einschlägige Publikationen, wie etwa *Dietrich*, Jura 1998, 142 ff; *Jaroschek*, JABl 1997, 313 ff; *Rollmann*, JuS 1988, 42 ff, *Jahn* JA 2002, 481 ff und das auf der Webseite des Lehrstuhls abrufbare Merkblatt ([www.stephanlorenz.de/info/Merkblatt.htm](http://www.stephanlorenz.de/info/Merkblatt.htm)) verwiesen.